

消费日报

2026年3月4日
星期三
总第9130期
第6189期
今日4版

去年轻工行业全部工业企业累计实现利润1.7万亿元

本报讯 中国轻工业联合会信息统计部最新数据显示,2025年,轻工行业全部工业企业累计实现利润约1.7万亿元。其中,规模以上企业累计实现利润1.4万亿元。在规模以上工业企业中,酿酒、电池制造、家用电器、食品制造、农副产品加工、塑料制品6个行业的利润总额超过1000亿元,占整个轻工行业规模以上企业利润的70.4%。
(轻工)

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

聚焦现代化产业体系、科技创新、经营主体活力 各地召开“新春第一会”

五年看头年,开局是关键。马年春节假期刚过,广东、山东、湖北、湖南等多个省份召开“新春第一会”,聚焦产业发展、科技创新、经营主体活力等主题,吹响“十五五”开局之年的冲锋号角。

因地制宜抓重点

推动地方经济社会发展,要充分考虑当地禀赋条件、现实基础和实际需求。因地制宜,锚定重点,精准施策,成为各地“新春第一会”的突出特点。

浙江“新春第一会”上,孕育了“六小龙”的杭州把建设人工智能创新发展第一城作为首要任务,表示今年将抓好算力和语料库建设,推进开源生态建设、具身智能创新、制度创新示范三大行动,力争人工智能核心产业营收增长20%以上。

低空经济是湖北12个新兴产业之一。数据显示,2025年,湖北新兴产业加快崛起,高技术制造业增加值占比提升至17.4%,对工业增长贡献率达35.6%。在“新春第一会”上,湖北省聚焦加快建设中部地区崛起的重要战略支点,提出要在构建现代化产业体系上实现新突破。着力突出科创赋能,建强国家实验室、湖北实验室、重大科技基础设施等科创平台,推动科技创新和产业创新深度融合;持续延链补链强链,打造光电子信息、新能源与智能网联汽车、新能源新材料、生命健康、高端装备等万亿级产业大走廊,争创一批国家级产业集群。

作为地处中原的经济大省,河南连续两年在“新春第一会”布局融入服务全国

统一大市场。会议提出,要充分发挥优势,全面落实“五统一、一开放”基本要求,加快建设全国统一大市场循环枢纽,并对加快建设物流通道枢纽、消费商贸枢纽、要素配置枢纽、产业链接枢纽作出部署。

传统农业大省江西聚焦“三农”工作,引导全省上下重农、兴农、富农,切实以农业之兴、农村之稳,为“十五五”开局起步奠定坚实基础。会议提出,增强粮食供给保障能力,坚持产量产能、生产生态、增产增收一起抓;要加快把农业建成现代化大产业,推进农业产业体系升级行动。

加力科技创新

在“新春第一会”上,科技创新依然被摆在关键位置。各地从营造创新生态、加强科研攻关、发展新质生产力等方面入手,不断培育壮大新动能,夯实科技创新对高质量发展的支撑作用,力求将科技“关键变量”转化为高质量发展的“最大增量”。

春节后首个工作日,安徽召开科技创新引领新质生产力发展大会暨省管干部学习贯彻党的二十届四中全会精神研讨班开班式。这是安徽连续第二年以“科技创新引领新质生产力发展”为主题召开“新春第一会”,围绕“十五五”时期深入实施创新驱动发展战略,加快建设科技创新策源地等作出一系列部署。

广东连续4年在开工首日召开全省高质量发展大会,每年会议都聚焦产业发展。广东提出,要在制造业与服务业协同中实现产业发展由大到强。要强壮产业

体系主干枝叶,毫不动摇坚持实体经济为本、制造业当家,优旧、育新、攀高、向强等一起抓,推动服务业优质高效发展,依托人工智能技术底座提升两业协同发展水平,更好塑造广东“先进制造+现代服务”整体优势。

科技创新不是“为创新而创新”,最终要赋能经济发展。各地“新春第一会”纷纷出台举措,推动科技创新与产业创新深度融合。四川成都聚焦17条重点产业链,“以产业链高质量发展撑起成都产业硬脊梁”;江苏深化全国高校区域技术转移转化中心建设和“双高协同”,促进重大科技成果高效转化。

2026年是“十五五”开局之年,其发展成效直接关系到未来5年中国经济发展底色,而科技创新正是贯穿“十五五”的核心战略。“十五五”规划建议46次提及“科技”、61次强调“创新”,将“科技自立自强水平大幅提高”列为主要发展目标之一。这些部署传递出清晰信号:科技创新已成为各地高质量发展的核心引擎。

优化营商环境

今年“新春第一会”,不少省份聚焦促进民营经济健康发展,优化营商环境,构建亲清政商关系成为核心议题,释放出亲商重企的鲜明信号。

湖南“新春第一会”明确,大力发展民营经济是长期战略选择。会议焦点从过去两年的“招商引资”,转向促进民营经济健康发展,展现出清晰而连贯的发展思路。会议强调,扎实推进企业服务年“全

社会尊商重企、全周期服务企业、全链条赋能产业、全方位权益保护”四大行动,落实好19项具体任务,拓宽市场准入空间、强化要素支持保障、加强合法权益保护。目标明确、任务清晰,彰显湖南“以营商环境之‘优’,促经营主体之‘强’,推动经济发展之‘进’”的信心决心。

河北连续第4年将“新春第一会”的主题聚焦优化营商环境,提出努力把一流营商环境打造成河北的金字招牌。从招标投标、物流成本、政务服务、要素支持等方面发扬改革创新精神,以更好营商环境增强企业获得感。

广东、四川、辽宁等地也结合地方实际,持续优化营商环境。广东聚焦企业关切精准滴灌政策,以深化改革强化新赛道新领域制度供给,最大限度为技术创新和市场探索“松绑”,确保既“放得活”又“管得好”;四川巩固拓展“五个专项治理”成果,精准落实各项惠企、援企、稳企政策措施,推动营商环境逐步从控成本向优生态迭代升级;辽宁坚持从“小切口”入手,做好“大文章”,确保营商环境短期内明显好转、根本好转,打造营商环境最佳口碑省。

构建亲清政商关系,是促进民营经济健康发展的必然要求。福建提出,要牢固树立和践行正确政绩观,构建亲清新型政商关系,进一步增强服务意识、提升服务效能,改进服务作风,当好“陪跑员”“勤务员”“护航员”,为企业撑伞遮雨、修路架桥、加油鼓劲。

(宗和)

产业电商交易额分别增长6.6%、3.8%。与此同时,电商带动物流快递、通信软件、人工智能等快速发展。

网络零售联通海内外,共绘互利共赢新图景。中国的网络零售“朋友圈”越来越广。2025年,中国的“丝路电商”伙伴国扩围至36个。上海“丝路电商”合作先行区形成并推广数字身份跨境互认等12项制度型创新成果。据商务大数据监测,2025年重点跨境电商进口平台零售额增长5.6%。第四届全球数字贸易博览会吸引154个国家和地区1812家企业参展,规模再创新高,首发、首秀和首展382项,增长近90%,为促进普惠共赢的经济全球化作出电商贡献。

(综合)

网络零售市场规模连续13年居全球第一 我国网络消费延续向好向新态势

当前,互联网等数字技术深度融入百姓生活,智能产品应用层出不穷,数字消费正成为经济增长的重要引擎。商务部发布数据显示:“十四五”以来,我国数字消费扩容提质,整体规模超23.8万亿元,我国连续13年位居全球最大网络零售市场。

我国网络消费延续向好向新的良好态势,2025年网上零售额15.97万亿元,同比增长8.6%,增速比上年全年加快1.4个百分点。其中,实物商品网上

零售额13.09万亿元,增长5.2%,拉动同期社会消费品零售总额增长1.3个百分点。直播带货、即时零售等消费新业态新模式快速成长。直播电商行业保持良好发展态势,2025年直播交易额比上年增长11.3%;即时配送快速发展,更快更好满足消费者需求。

网络零售这份亮眼成绩单,是我国数字消费规模与质量双跃升的生动缩影。网络零售引领消费升级,厚植民生

幸福底色。据商务大数据监测,2025年手机、智能机器人等数字产品网上零售额分别增长20.5%和18%。网络零售为智能消费、品质消费、绿色消费快速崛起注入新动力,让“指尖下单、送货上门”的便捷生活触手可及、惠及万家。

网络零售助力产业转型,激活高质量发展新动能。电商促进供给和需求更好适配,更好激发我国产业发展内生动力。2025年全国农村、农产品网络零售额分别增长6.7%、9.9%,纺织品和药品

权威发布

市场监管总局本月起开展专项整治行动

严厉打击网络食品、保健食品销售虚假宣传等行为

本报讯 “为进一步规范网络食品销售秩序,有力打击虚假宣传行为,切实保障消费者合法权益,市场监管总局将于今年3月开始,组织在全国范围开展为期半年的网络食品、保健食品销售虚假宣传专项整治行动。”市场监管总局特殊食品司司长刘松涛近日在发布会上表示。

据刘松涛介绍,本次行动将重点严厉打击三类违法违规行为:

一是严厉打击各类虚假宣传行为。不管是卖家、主播还是网红,都不能随便给食品“加戏”,严禁明示或者暗示食品具有疾病预防、治疗功能;严禁对保健食品之外的其他食品声称具有保健功能;严禁对食品产地、成分、功能、适用人群等作虚假或者引人误解的商业宣传。发现虚假宣传行为的,一律从快查处;情节严重的,一律关闭账号,吊销许可证照。

二是严厉打击违法广告行为。食品广告要传播正确的消费信息和科学的健康知识,不能为追求流量误导消费者,严禁打着专家的旗号“穿白大褂”背书,用科研机构、行业协会的名义“撑

面”;严禁食品广告宣传疾病治疗功效,使用“包治百病”等误导性表述变着法子给消费者“洗脑”。对广告内容虚假、误导消费者的,一律从严处罚;对广告经营者、发布者明知虚假还帮着“吆喝”“包装”的,一律从严查处。

三是严厉打击平台机构违法行为。平台不能当“甩手掌柜”,必须把好门、看好人。督促平台经营者严格落实审核责任,严禁对入驻商家“来者不拒”、对信息发布“视而不见”。重点查处平台经营者主体责任落实不到位、资质审核把关不严、监测巡查形同虚设、投诉举报处置不及时等行为。对平台放纵虚假宣传、限期整改;造成严重后果的,一律追究相关责任人的法律责任。

在此次专项整治行动中,将查处一批违法案件,治理一批乱象问题,清理一批违规主体,曝光一批典型案例,推广一批经验做法,建立一批制度机制,全力保障网络食品销售的良好市场秩序和消费环境,不断提高人民群众对食品消费的获得感、幸福感和安全感。

(新文)

第57次《中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》)日前在北京发布。《报告》显示,截至2025年12月,我国网民规模达11.25亿人,互联网普及率突破80%,数字发展成果惠及更广泛群体;数字经济规模稳步增长,核心产业增加值占GDP比重提升至10.5%,产业数字化转型步伐全面提速;生成式人工

我国生成式人工智能用户规模超6亿人

智能用户规模达6.02亿人,应用场景向生活、生产领域深度渗透。

中国互联网络信息中心政策与国际合作研究所所长王常青介绍,“十四五”期间,我国互联网发展向“新”而行,“朝”好迈进,取得一系列显著成效。

其中,向“新”而行主要体现在基础设施与技术创新方面。我国已建成全球领先的数字基础设施,建成5G基站483.8万个,5G网络覆盖所有乡镇;建成万卡智算集群42个,智能算力规模超过1590EFlops(EFlops指每百亿亿次浮点运算),位居全球前列。为人工智能、数字经济等新兴领域发展奠定坚实基础。生成式人工智能加速普及,用户规模突破6亿,普及率达42.8%,成为推动社会智能化转型的重要引擎。中小企业创新活力持续迸发,全国中小企业数量超过6000万家,其中专精特新企业与

未来产业企业不断涌现,形成了大中小企业协同发展的创新生态。

朝“好”迈进主要体现在用户普及与服务提升方面。我国互联网普及率达80.1%,农村及老年群体加速融入数字社会,数字包容性显著增强。“十四五”期间,我国数字消费市场规模保持全球第一,2025年1—11月,我国数字消费总

额达17.92万亿元,数字消费正成为推动消费增长的重要动能。截至2025年12月,在线政务、互联网医疗、在线教育用户规模分别为9.4亿人、4.11亿人、3.27亿人,“高效办成一件事”成为常态。2026年是“十五五”开局之年,生成式人工智能的突破性发展,正推动经济社会从“互联网+”的广泛连接时代,加速迈向“人工智能+”的深度智能时代。王常青表示,互联网与人工智能将进入更深层次、更具战略意义的“双向赋能”新周期。

(科技日报)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com

消费时评

Consumption commentary

长期以来,厨卫空间被视为智能家电落地最快、最具想象力的领域。无论是智能马桶、智能油烟机,还是语音控制的燃气灶、联网热水器,厨卫场景高频、封闭、功能明确,天然具备智能化改造的条件。然而,江苏省消保委发布的相关调查显示,智能厨卫在“出圈”的同时,也正成为消费者集中吐槽的领域之一。看似矛盾的现象,恰恰揭示了当前智能厨卫发展中存在的结构性问题。

从消费者反馈看,智能厨卫的首要困扰并非“不智能”,而是“用不好”。比如,智能冰箱的痛点集中在操作便捷性与功能实用性上,自动识别失败、操作烦琐等问题尤为突出。调查显示,55.97%的受访者表示智能冰箱的自动识别食材功能往往需要手动输入信息,不仅没有提升效率,反而增加了操作步骤;54.94%的受访者反映智能冰箱调节温度、查看食材清单等基础操作需要多次点击才能实现,操作流程过于复杂。

可见,不少产品虽然在基础功能之外叠加了大量智能模块,却没有真正提升使用效率。又如,语音控制在油烟嘈杂的厨房环境中识别率不高,触控面板在潮湿环境下反应迟钝,原本应当简化操作的智能设计,反而在关键时刻增加了不确定性。对消费者而言,厨卫并不是“可反复尝试”的空间,而是高度依赖稳定性与即时响应的功能区,一旦智能系统干扰了基本使用体验,满意度便会迅速下降。

更深层的矛盾,在于智能逻辑与厨卫使用逻辑之间的错位。当前不少智能厨卫产品仍然沿用“电子产品式”的设计思路,强调联网、升级和功能扩展,却低估了厨卫环境对安全性、耐用性和确定性的要求。燃气、水、电交织的空间,对系统可靠性有着天然的高标准,而部分产品在智能化过程中引入了更多传感器、控制模块和软件接口,也同步放大了故障风险。当消费者发现,一次系统异常可能影响热水供应或灶具点火时,对“智能”的信任自然会被削弱。

智能厨卫的“槽点”还集中体现在学习成本和维护成本上。部分产品需要通过APP完成初始设置、权限授权和模式切换,操作流程复杂。同时,智能模块一旦出现问题,维修往往涉及主板或系统更换,成本明显高于传统厨卫设备。这种“买得起、修不起”的体验,与消费者对厨卫产品应是“耐用”的基本认知形成冲突。调查显示,39.13%的受访者认为智能马桶的控制面板按键繁多、图示模糊,老人小孩难以熟练使用。

其实从产业角度看,问题并不在于智能方向本身,而在于发展节奏和侧重点的失衡。在存量竞争加剧的背景下,智能化被视为厨卫产品实现差异化的重要抓手,但部分企业在推进过程中,过度强调“可展示的智能”,忽视了“不可见但关键的可靠性”。智能被当作营销标签快速铺开,却未能同步完成对产品结构、售后体系和使用周期的系统重构。

智能厨卫未来的发展方向,或许需要一次从“炫技”到“节制”的转变。真正成熟的智能,不应改变用户对厨卫空间的基本使用习惯,而应在后台默默提升安全性、稳定性和节能水平。例如,通过智能感知减少燃气和水电隐患,通过自动调节优化能耗,而不是在前端制造过多操作入口。智能存在的价值,不是让用户感知到技术本身,而是让生活变得更便利。

对整个行业而言,智能厨卫不应只是技术升级的试验场,更应成为检验产品长期价值的标尺。当智能化能够经得起高频使用、复杂环境和多年运行的考验时,消费者的“槽点”才会转化为真正的认可。否则,再热闹的“出圈”,也难以支撑产业的可持续发展。

别让智能化成为厨卫家电的负担

肖睿平

消费日报社新闻记者证人员名单公示

赵曦 刘丁 张丽娜 史晓菲 宋春勇 卢岳 姜永腾 丁新伟
王薛瀚 陆俊 贾涛文 于芳 耿宇 王洋 刘坤媛 许永军
闫利 胡静 解磊 袁和微 乔娇阁 暴梦川 桂岩鹏 王紫茜
韩肖 李希平 王振华 黄芷凌 王琦琛 唐瑞 张钰格格
舒晓婷 刘锦桃 马佳丽 牛夏凤 祁峰 罗颖 冯举 魏静
汪宏胜 佟强 孟祥山 郑红梅 刘自昌 李福琳 庄文森 陈思羽
王春宝 赵莉

监督举报电话:010-67605353

消费日报社

2026.3.4